

ДОДАТОК 1
Критерії оцінювання виконаних робіт

Навчальна дисципліна: CRM-системи
СЕМЕСТР 1 (Екзамен)

1. Оцінювання виконання елементів поточного контролю

Максимальна оцінка, яку може отримати здобувач за виконання практичних завдань №1–7, становить 15 балів, розподілених відповідно до їх складності: завдання 1–5 — по 2 бали кожне; завдання 6–7 — по 2,5 бали.

У разі відсутності на занятті здобувач має можливість отримати оцінку за це заняття, виконавши письмову відповідь на озвучені питання, які також розміщені в Google Classroom. Обов'язковою умовою отримання максимальної оцінки є усний коментар здобувачем написаного матеріалу.

Таблиця 1 - Критерії оцінювання практичних завдань №1-7

Критерії оцінювання	Бали
Здобувач демонструє глибоке знання та розуміння маркетингових категорій. Відповідь повністю розкриває теоретичне питання. Практичне завдання виконане правильно: розрахунки здійснені без помилок, таблиці та графіки побудовані коректно. У тестових завданнях допущено не більше однієї несуттєвої помилки. Здобувач аргументовано пояснює вибрані рішення, демонструє вміння аналізувати маркетингову ситуацію, робить логічні висновки та пропонує обґрунтовані рекомендації. Вільно оперує маркетинговою термінологією та може застосувати теорію до реальних прикладів. Оформлення відповідає методичним вимогам.	2 бали (2,5 для завдань 6-7)
Здобувач демонструє часткове розуміння маркетингових понять. Теоретична частина розкрита неповністю або поверхово. У практичних розрахунках можливі незначні помилки. Тестові завдання виконані з кількома помилками. Висновки недостатньо аргументовані або шаблонні. Спостерігається переважно відтворення матеріалу без глибокого аналізу. Оформлення частково відповідає вимогам.	1 бал
Робота не виконана або не подана.	0 балів

Завдання № 6-7 оцінюються у 2,5 бали з огляду на підвищений рівень складності.

Передбачено дві модульні контрольні роботи. Кожна модульна контрольна робота включає: теоретичну частину (розкриття маркетингових понять, категорій, моделей, концепцій); практичну частину (розв'язання маркетингових задач, аналітичні розрахунки, аналіз ситуації, тестові завдання).

Бездоганне виконання кожної МКР оцінюється у 30 балів. Максимальна кількість балів за дві МКР — 60 балів.

Таблиця 2 - Критерії оцінювання модульних контрольних робіт

Критерії оцінювання	Бали
Здобувач повністю та аргументовано розкриває теоретичні питання. Відповіді логічні, структуровані, з використанням професійної термінології. Практична частина виконана без помилок: розрахунки правильні, аналітичні висновки обґрунтовані. Тестові завдання виконані без помилок або з мінімальною кількістю несуттєвих помилок. Робота оформлена відповідно до стандартів. Частини роботи збалансовано та неперевантажено контентом. Здобувач	30 балів

демонструє аналітичне мислення та здатність застосовувати теорію до практичних маркетингових ситуацій.	
Здобувач достатньо розкриває теоретичні питання, але відповідь містить окремі неточності або недостатню аргументацію. Практична частина виконана з незначними помилками у візуалізації та інтерпретації результатів. Висновки подані, але не повністю обґрунтовані. У тестових завданнях допущена помилка.	25 балів
Здобувач досить достатньо розкриває теоретичні питання, але відповідь містить неточності, незбалансованості чи недостатню аргументацію. Практична частина виконана з незначними помилками у розрахунках. Висновки подані, але не чітко або не повністю обґрунтовані. У тестових завданнях допущено декілька помилок.	20 балів
Теоретична частина розкрита поверхово, переважає відтворення матеріалу без глибокого аналізу. У практичних завданнях допущені помилки в розрахунках або логіці аналізу. Висновки формальні або частково відсутні. Тестові завдання містять значну кількість помилок.	15 балів
Здобувач демонструє фрагментарні знання. Теоретичні відповіді неповні або некоректні. Практичні завдання виконані частково або з суттєвими помилками. Висновки слабкі або відсутні.	10 балів
Робота виконана на низькому рівні або не подана.	0 балів

Розрахунково-графічна робота з дисципліни має аналітично-розрахунковий характер та передбачає розвиток загальних та спеціальних компетентностей майбутніх фахівців, здатність використовувати отримані теоретичні знання щодо функціоналу CRM-систем для досягнення загальних та специфічних цілей маркетингової діяльності в умовах переходу організації на використання цифрових каналів.

Оцінювання РГР здійснюється за 25-бальною шкалою.

Таблиця 3 - Критерії оцінювання розрахунково-графічної роботи

№	Критерій оцінювання	Максимальна кількість балів	Рівні оцінювання та характеристика
1	Зміст та повнота виконання розрахунково-графічної роботи	20	14-20 балів: Повна та ґрунтовна робота. Робота повністю відповідає темі. Обрано підприємство, чітко обґрунтован вибір відповідної CRM системи. Послідовно виконані всі етапи; CRM система налаштована щодо маркетингової діяльності підприємства, результати узагальнені у таблицях, графіках, скріншотах. Матеріал логічно структурований. Надані конкретні маркетингові рекомендації. Рекомендації аргументовані та реалістичні. Робота оформлена відповідно до методичних вимог: наявна структура, зміст, правильна нумерація таблиць і рисунків, посилання на джерела, дотримано вимог академічної доброчесності. 12-14 балів: Ґрунтовна робота, але не повністю розкрито тему. Окремі етапи виконані не повністю або поверхово, недостатньо обґрунтовано або

			візуалізовано. Частково відсутній аналітичний коментар. Наявні незначні порушення оформлення (неточності у нумерації, відсутність окремих підписів таблиць. 8 -12 балів: Неповна робота по темі. Робота має фрагментарний характер. Відсутній один або декілька обов'язкових етапів аналізу. Суттєві порушення вимог оформлення. 6-8 балів: Розкрито понятійне визначення та частина питань за темою. 1–6 бали: Робота не відповідає вимогам або виконана формально. 0 балів: Роботу не представлено.
2	Презентація роботи	5	5 балів : Повна та ґрунтовна презентація 4 бали : Ґрунтовна презентація, але не повністю розкрито тему. 3 бали: Неповна презентація по темі. 2 бали: Розкрито понятійне визначення та частина презентації за темою. 1 бал: Розкрито лише понятійне визначення на слайдах. 0 - Не зроблено презентацію.
	Разом	25	Підсумкова оцінка визначається як сума балів за всіма критеріями та оголошується за результатами перевірки і захисту РГР.

Формою підсумкового контролю з дисципліни є Екзамен.. Екзамен проводиться з метою комплексної перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти теоретичних знань та сформованості практичних навичок у сфері маркетингу.

Екзаменаційний білет включає:

- теоретичні питання (розкриття сутності маркетингових категорій, концепцій, моделей щодо CRM-систем);
- практичне завдання (Спланувати маркетингову ситуацію в CRM-системі).

Таблиця 4- Критерії оцінювання екзамену

Рівень відповіді	Бали	Характеристика
Високий	90–100	Повне та глибоке розкриття теоретичних питань. Правильне виконання практичного завдання. Аргументовані висновки та вміння застосовувати маркетингові інструменти CRM системи..
Достатній	75–89	Теоретичні питання розкриті достатньо, але є незначні неточності. Практичне завдання виконане з окремими помилками.
Середній	60–74	Відповіді поверхові. Практична частина виконана частково або з помилками.
Незадовільний	0–59	Знання фрагментарні. Практичне завдання не виконане або виконане неправильно.

